



Implementasi Komunikasi Bisnis Terhadap Hubungan Kerjasama Klien Event Jawa Pos

¹Azzahra Prisichella, ²Nurul Azizah

^{1,2}Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No 2, Gunung Anyar,
Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia

Email : ¹21042010260@student.upnjatim.ac.id, ²nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id

Abstrak

PT Jawa Pos adalah salah satu Perusahaan media terkemuka di Indonesia yang tidak hanya focus pada penerbitan koran, tetapi juga memiliki divisi yang bergerak dalam berbagai bidang usaha, termasuk event organizer. Penelitian yang bertujuan untuk menganalisis mengenai implementasi komunikasi bisnis dalam konteks hubungan kerjasama antara event Jawa Pos dan kliennya. Penelitian ini dilakukan saat penulis melakukan magang kurang lebih selama 4 bulan. Studi ini menggunakan metodologi studi deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisa yg telah dilakukan menunjukkan bahwa implementasi komunikasi bisnis yang efektif memainkan peran krusial dalam meningkatkan kepuasan klien, mengoptimalkan kolaborasi dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, serta memperkuat loyalitas jangka Panjang antara kedua belah pihak. Hasil analisis juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi komunikasi bisnis dalam konteks industry event. Implikasi praktis dari temuan ini memberikan panduan bagi praktisi dalam meningkatkan strategi komunikasi mereka untuk memperkuat hubungan Kerjasama dengan klien. Penelitian ini memberikan kontribusi yang berarti dalam memperkaya pemahaman tentang pentingnya komunikasi bisnis dalam manajemen hubungan dalam industry event, serta memberikan dasar untuk penelitian lanjutan di bidang ini.

Kata Kunci : Jawa Pos, Event Organizer, Komunikasi Bisnis

Abstract

PT Jawa Pos is one of the leading media companies in Indonesia which not only focuses on publishing newspapers, but also has divisions that operate in various business fields, including event organizing. The research aims to analyze the implementation of business communication in the context of the collaborative relationship between the Jawa Pos event and its clients. This research was conducted when the author did an internship for approximately 4 months. This study uses a qualitative descriptive study methodology. Based on the results of the analysis that has been carried out, it shows that the implementation of effective business communication plays a crucial role in increasing client satisfaction, optimizing collaboration in planning and implementing events, and strengthening long-term loyalty between both parties. The results of the analysis also identify factors that support and hinder the implementation of business communication in the context of the event industry. The practical implications of these findings provide guidance for practitioners in improving their communication strategies to strengthen collaborative relationships with clients. This research makes a significant contribution in enriching understanding of the importance of business communication in relationship management in the events industry, as well as providing a basis for further research in this area.

Keywords: Jawa Pos, Event Organizer, Business Communication

PENDAHULUAN

Jawa Pos adalah surat kabar harian yang berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Jawa Pos merupakan harian terbesar di Jawa Timur, dan merupakan salah satu harian terbesar di Indonesia. Sirkulasi Jawa Pos menyebar di seluruh Jawa Timur, Bali, dan sebagian Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Jawa Pos mengklaim sebagai “Harian Nasional yang Terbit dari Surabaya” (Nugroho,2021). Pesatnya perkembangan teknologi informasi di kalangan masyarakat

mendorong media cetak koran untuk turut serta menyelenggarakan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak, dengan menyampaikan pesan atau informasi *up to date*, lengkap dan akurat.

Industri event merupakan sektor yang dinamis dan strategis dalam mendukung berbagai kegiatan komunitas, korporat, dan pemerintahan. Peran penyelenggara acara, seperti Event Jawa Pos, sangat penting dalam mengatur dan mengelola berbagai acara skala besar dan kecil yang melibatkan berbagai pihak, termasuk klien sebagai stakeholders utama. Hubungan kerjasama yang baik antara penyelenggara acara dan klien menjadi faktor penentu keberhasilan acara tersebut.

Komunikasi bisnis dalam konteks ini bukan hanya sekedar pertukaran informasi, tetapi juga merupakan fondasi dari hubungan yang saling menguntungkan antara penyelenggara acara dengan klien. Menurut Balket et al. (2020), komunikasi bisnis yang efektif mencakup berbagai aspek, termasuk kejelasan pesan, penggunaan saluran komunikasi yang tepat, dan kemampuan untuk menanggapi perubahan dan tantangan yang muncul selama proses perencanaan dan pelaksanaan acara.

Di Indonesia, industri event terus berkembang pesat dengan semakin meningkatnya permintaan untuk acara-acara yang tidak hanya memenuhi kebutuhan komersial tetapi juga memberikan nilai tambah bagi peserta dan stakeholders lainnya. Dalam konteks ini, Event Jawa Pos tidak hanya berperan sebagai penyelenggara acara, tetapi juga sebagai *key partnership* bagi klien-kliennya dalam merancang pengalaman acara yang unik dan berkesan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana implementasi komunikasi bisnis mempengaruhi hubungan kerjasama antara Event Jawa Pos dengan kliennya dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Penelitian ini dilakukan saat penulis melakukan magang kurang lebih selama 4 bulan. Penulis harap penelitian ini dapat menjadi evaluasi dan referensi terkait dengan literasi topik yang serupa.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metodologi studi deskriptif kualitatif. Beberapa ciri utama metodologi ini adalah sebagai berikut: (1) fokus penelitian adalah memecahkan masalah atau kejadian aktual dan signifikan; dan (2) tujuan penelitian adalah untuk memberikan deskripsi situasi atau kejadian yang tepat dan akurat daripada mencari hubungan sebab-akibat (Adlini et al., 2022). Fokus penelitian ini adalah kegiatan pada divisi event organizer PT Jawa Pos. Sumber data penelitian ini terdiri dari primer dan sekunder. Sumber primer berasal dari kegiatan observasi yang dilakukan selama magang belajar bebas selama kurang lebih satu semester. Sumber sekunder berasal dari membaca literatur seperti artikel, jurnal ilmiah, buku, dan berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis ditempatkan dalam divisi event organizer saat melakukan magang di PT Jawa Pos. Di dalam PT Jawa Pos, divisinya yang bertanggung jawab mengorganisir segala keperluan event mulai dari tahap persiapan (Pra Produksi), event berjalan baik dan lancar (Produksi), serta pelaporan dan evaluasi (Pasca Produksi). *Event Organizer* bekerja sesuai dengan order yang diberikan oleh klien, porsi kerjanya pun tergantung klien. Tidak ada standar khusus porsi pekerjaan untuk sebuah *Event Organizer*, bisa saja divisi itu mengurus semua hal mulai dari konsep awal hingga acara berjalan, bisa juga divisi itu hanya menjalankan event sesuai dengan yang telah dikonsepsikan oleh klien.

Magang ini akan fokus pada tanggung jawab atas pelaksanaan *event* yang diadakan oleh pihak Jawa Pos yang bekerjasama dengan klien. Magang akan melibatkan persiapan kebutuhan dan persiapan properti-properti yang digunakan dalam suatu event yang dijalankan. Selain itu, magang ini akan memberikan kesempatan untuk terlibat dalam terjun ke lapangan untuk memahami langsung event yang diadakan.

Tidak setiap peristiwa memiliki peluang 100% untuk berhasil. Komunikasi yang tidak efektif adalah salah satu masalah yang paling sering ditemukan. Situasi serupa sering terjadi pada divisi event organiser, baik sebelum maupun sesudah acara. Kegagalan suatu pernyataan untuk dipahami oleh orang lain merupakan akar penyebab terjadinya kesalahpahaman secara umum. Asumsi, kurangnya konteks, dan bahkan penggunaan saluran yang salah menjadi penyebab terjadinya insiden ini. Dalam hal ini, penulis menggunakan komunikasi bisnis antarpribadi dan kelompok yang efektif untuk menyelesaikan tugas.

Individu berkomunikasi satu sama lain dalam komunikasi interpersonal. Dalam komunikasi seperti ini hanya ada dua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun melalui penggunaan teknologi komunikasi dan informasi (media). Hal ini memungkinkan masing-masing pihak mencatat secara langsung tanggapan pihak lain, termasuk pasangan, rekan kerja, teman dekat, guru dan siswa, dan lain sebagainya, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi kelompok, di sisi lain, adalah berbagi pengetahuan atau penyampaian pesan di dalam kelompok untuk keuntungan kelompok. Komunikasi kelompok memiliki beberapa keuntungan, seperti membina kolaborasi, mempercepat pencapaian tujuan, berbagi informasi, dan banyak lagi. Tergantung pada jenis dan karakter kelompok, teknik komunikasi kelompok langsung (non-media) atau berbasis media dapat digunakan.

Membangun hubungan kerja yang kuat dan meningkatkan efisiensi tempat kerja adalah dua tujuan utama komunikasi korporat. Seseorang dapat berkomunikasi secara efektif agar tidak terjadi miskomunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Membangun kepercayaan antara mitra perusahaan dan staf yang menginspirasi adalah dua tujuan komunikasi bisnis lainnya.

Berdasarkan pengamatan selama melakukan magang di bidang event organizer PT Jawa Pos, berikut beberapa hasil utama yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pentingnya Kejelasan dan Keterbukaan Komunikasi

Komunikasi bisnis yang efektif antara event Jawa Pos dan kliennya didasarkan pada kejelasan dan keterbukaan. Penyelenggara acara yang mampu menyampaikan informasi dengan jelas mengenai tujuan, harapan, dan ekspektasi acara kepada klien cenderung memperoleh respon yang lebih positif dan mendukung dari klien.

2. Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi Komunikasi

Penggunaan teknologi informasi, seperti email, telepon, dan platform digital, sangat berpengaruh dalam memfasilitasi komunikasi yang efisien antara Event Jawa Pos dan kliennya. Platform digital membantu dalam penyampaian informasi secara real-time dan memudahkan koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan acara.

3. Penanganan Perubahan dan Tantangan

Komunikasi bisnis yang efektif juga terlihat dalam kemampuan Event Jawa Pos dalam menanggapi perubahan dan tantangan yang muncul selama proses perencanaan dan pelaksanaan acara. Keterbukaan dalam berkomunikasi memungkinkan penyelenggara acara untuk mengatasi hambatan-hambatan dengan lebih baik dan menyelaraskan ekspektasi dengan klien.

4. Pembangunan Hubungan Kerjasama yang Berkelanjutan

Selama magang, penulis menemukan bahwa komunikasi bisnis yang baik memainkan peran kunci dalam membangun hubungan kerjasama yang berkelanjutan antara Event Jawa Pos dan kliennya. Hubungan yang solid dibangun melalui komunikasi yang terus-menerus, evaluasi terbuka, dan pemenuhan komitmen.

Selama magang, penulis menjalankan beberapa event. Berikut Event Jawa Pos yang telah terlaksanakan selama penulis melakukan magang:

- a. Event Jawa Pos Festival Literasi Jurnalistik yang bekerjasama dengan Kementerian Keuangan RI. Event tersebut dilaksanakan di Kantor Kementerian Keuangan Surabaya pada tanggal 27-28 Februari 2024.



Gambar 1. Event Jawa Pos Festival Literasi Jurnalistik

- b. Event Jawa Pos Festival Literasi Cakap Keuangan yang bekerjasama dengan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Event tersebut dilaksanakan di Studio Jawa Pos Graha Pena Surabaya pada tanggal 8 Maret 2024.



Gambar 2. Event Jawa Pos Festival Literasi Cakap Keuangan

- c. Event Jawa Pos Beauty Fest 2024 yang bekerjasama dengan beberapa klinik kecantikan. Event tersebut dilaksanakan di Pakuwon Mall Surabaya pada tanggal 7-10 Maret 2024.



Gambar 3. Event Jawa Pos Beauty Fest 2024

- d. Event Jawa Pos EduFun Fest yang bekerjasama dengan pihak yang menyediakan edukasi kepada anak-anak. Event tersebut dilaksanakan di Galaxy Mall Surabaya pada tanggal 26-28 April 2024.



Gambar 4. Event Jawa Pos EduFun Fest

- e. Event Jawa Pos International Health Expo yang bekerjasama dengan pihak rumah sakit Internasional. Event tersebut dilaksanakan di Pakuwon Mall Surabaya pada tanggal 2-5 Mei 2024.



Gambar 5. Event Jawa Pos International Health Expo

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya strategi komunikasi bisnis yang efektif dalam memperkuat hubungan kerjasama antara event organizer dan klien di PT Jawa Pos. komunikasi bisnis yang baik tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dalam penyelenggaraan acara, tetapi juga mengurangi resiko kesalahpahaman dan meningkatkan kepuasan klien.

Berbagai faktor seperti kejelasan pesan, penggunaan teknologi informasi, kemampuan untuk menanggapi perubahan, dan Pembangunan hubungan yang berkelanjutan menjadi focus utama dalam strategi komunikasi bisnis yang berhasil. Pengalaman magang penulis di PT Jawa Pos mengonfirmasi bahwa implementasi komunikasi bisnis yang efektif dapat memperkuat keterlibatan klien dalam seluruh proses perencanaan dan pelaksanaan acara.

Dalam konteks ini, penting bagi event organizer dan praktisi industry event untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola komunikasi bisnis secara efektif. Rekomendasi praktis termasuk investasi dalam penggunaan teknologi informasi yang tepat, pelatihan dalam kemampuan komunikasi interpersonal, dan oenerapan evaluasi regular terhadap strategi komunikasi yang digunakan.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisa yg telah dilakukan adalah urasi yang dilakukan oleh PT Jawa Pos melalui divisi event organizer sangat penting untuk memastikan

komunikasi bisnis yang baik dan benar dalam mempertahankan hubungan kerjasama klien untuk jangka waktu yang panjang. Dengan menerapkan beberapa hal yang dapat memperbaiki dan mempertahankan event organizer dengan klien Jawa Pos melalui komunikasi bisnis, dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling memberikan dampak yang positif. Hal ini tidak hanya menguntungkan bagi PT Jawa Pos dalam hal berkomunikasi, tetapi juga mendukung peningkatan efisiensi operasional hubungan divisi event organizer dengan klien.

SARAN

Adapun saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hal yang ada selama magang dilaksanakan penulis memiliki saran pada divisi event organizer PT Jawa Pos terutama pada kegiatan evaluasi dan mentoring.
2. Memberikan pelatihan secara berkala kepada tim event organizer untuk memperkuat keterampilan mereka dalam komunikasi, interaktif, dan manajemen hubungan klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980.
- Afrizal, R. (2020). LKP: Pembuatan Desain Konten Instagram Program “Jawa Pos Culinary Awards” di PT. Jawa Pos Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Barker, A., Angelopulo, G., & Oosthuizen, R. M. (2020). Business communication. In G. Angelopulo (Eds.), *Contemporary communication: A practical guide* (3rd ed., pp. 87-113). Cape Town: Juta and Company Ltd.
- By LSPR News, March 21st, 2023, [Inspirasi Studi](#), Comments Off Komunikasi Bisnis: Pengertian, Tujuan, Jenis-Jenisnya.
- Faticha, A. F. (2024). LKP: Perancangan Desain Grafis pada Konten Media Kantor PT. Jawa Pos Koran (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Frastyawan, N. (2014). LKP: Rancang Bangun Sistem Informasi Bursa Kerja Pada PT. Jawa Pos Koran Surabaya (Doctoral dissertation, Stikom Surabaya).
- Hasanti, I. D. (2019). Analisis komunikasi organisasi antara event project team dan account executive di event organizer twisbless. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 32-41.
- Nugroho, A. R., Fauzi, R., & Andreswari, R. (2021). Analisis Perancangan Enterprise Architecture pada Fungsi Pemasaran Koran Jawa Pos Menggunakan TOGAF ADM. *eProceedings of Engineering*, 8(1).
- Oktaviani, K. G. (2022). *PENGEMBANGAN MEDIA SURAT KABAR JAWA POS DALAM MENGHADAPI BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA).
- Pangkey, I. S., Mulyono, H., & Kalangi, J. S. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN EVENT ORGANIZER ONET TWENTY ONE ORGANIZER DESA SUWAAN MINAHASA UTARA PROVINSI SULAWESI UTARA. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(2).
- Santosa, B. L. (2018). *PROSES EVENT WONDERFIELD DALAM RANGKA MEMPERINGATI ULANG TAHUN KE-12 PLAZA AMBARRUKMO OLEH CV. MARVEL INDONESIA* (Doctoral dissertation, STIKOM YOGYAKARTA).
- Smith, P., & Doe, J. (2018). *Effective business communication: Strategies and techniques*. New York: McGraw-Hill Education.